

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *DOWN SYNDROME*
(I'M)POSSIBLE



DISUSUN OLEH:
STEFANIE DWIDJAJA
1054010050

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2014/2015

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
DOWN SYNDROME (I'M)POSSIBLE



Stefanie Dwidjaja
1054010050

BIDANG STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PROGRAM STUDI TEKNIK ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN”
JAWA TIMUR
2014

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
DOWN SYNDROME (I'M)POSSIBLE

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh
Gelar Sarjana Teknik (S – 1)

Stefanie Dwidjaja

1054010050

FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN”
JAWA TIMUR
2014

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
DOWN SYNDROME (I'M) POSSIBLE

Dipersiapkan dan disusun oleh

STEFANIE DWIDJAJA

1054010050

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada tanggal : 10 Desember 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn.

NPT. 3 8405 10 0307 1

Penguji I

Aditya Rahman Y. ST., M.Med.Kom.

NPT. 3 8109 10 0303 1

Penguji II

Aryo Bayu W. ST., M.Med.Kom

NPT. 3 8312 10 0304 1

Heru Subiyantoro, ST., MT.

NPT. 3 7102 96 0061 1

Penguji III

Widyasari, ST., MT.

Ketua Jurusan

Koordinator

Heru Subiyantoro, ST., MT.

NPT. 3 7102 96 0061 1

Aditya Rahman Y., ST., M.Med.Kom.

NPT. 3 8109 10 0303 1

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana (S1)

Tanggal :

Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Ir. Naniek Ratni Juliardi AR., M.Kes.

NIP. 19590729 198603 2001

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan ini sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam Naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang sudah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Surabaya, 10 Desember 2014

Stefanie Dwidjaja

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan berkah-Nya, sehingga laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Sosial *Down Syndrome (I’m)Possible*” ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Diharapkan bahwa laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa desain komunikasi visual serta bagi instansi pendidikan. Penulis menerima banyak bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak dalam proses penyusunan laporan ini, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ir. Naniek Ratni Juliardi A.R., M.Kes., selaku Dekan Fakultas Teknik Sipil & Perencanaan UPN “VETERAN” Jawa Timur.
2. Heru Subiyantoro, ST., MT., selaku Ketua Progdil Desain Komunikasi Visual UPN “VETERAN” Jawa Timur.
3. Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing dan pengarahan dalam proses pengerjaan.
4. Untuk seluruh Dosen DKV UPN “VETERAN” Jawa Timur dan staff pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan di UPN “VETERAN” Jawa Timur.
5. Orang tua serta saudara-saudara yang selalu memberi semangat dengan doa.
6. Aditya Rahman Yani selaku koordinator tugas akhir.
7. POTADS (Persatuan Orang Tua Anak *Down Syndrome*) Surabaya yang telah memberikan banyak bantuan guna melancarkan proses perancangan.
8. “Popo” yang selalu sabar memberikan motivasi dan dukungan agar tetap berjuang menyelesaikan tugas akhir
9. “*Marsha and The Bear*” teman – teman yang baik yang mau membantu di saat susah dan galau, memberikan semangat dengan penuh keributan

Penulis menyadari akan kekurangan dalam penulisan laporan ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan bagi penulis. Semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 10 Desember 2014

Penulis

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *DOWN SYNDROME* *(I'M)POSSIBLE*

Stefanie Dwidjaja

1054010050

ABSTRAK

Down Syndrome merupakan suatu kondisi keterbelakangan perkembangan fisik dan mental anak yang diakibatkan adanya abnormalitas perkembangan kromosom yang disebut dengan trisomi 21 (adanya kelebihan kromosom 21). Kelainan pada kromosom tersebut terbentuk akibat adanya kegagalan sepasang kromosom untuk saling memisahkan diri saat terjadi pembelahan. Kromosom sebagai serat-serat khusus yang terdapat di dalam sel tubuh manusia yang berperan penting untuk menentukan sifat-sifat seseorang. Maka kelainan kromosom tersebut sangat berdampak pada keterbelakangan fisik dan mental anak. Kampanye Sosial *Down Syndrome (I'm)Possible* merupakan sebuah kampanye yang mengajak orang tua anak *Down Syndrome* untuk lebih memahami kondisi anaknya sehingga dapat menerima apa adanya dan memberikan dukungan kepada anaknya untuk dapat berlatih mandiri dan memberikan kesempatan untuk anak *Down Syndrome* dapat bersosialisasi dengan masyarakat. Kegiatan kampanye sosial sangat dibutuhkan karena masih banyak orang tua dan masyarakat yang belum mengerti bagaimana sebenarnya kondisi anak *Down Syndrome*.

Kata Kunci: Kampanye sosial, *Down Syndrome*, *(I'm)Possible*

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *DOWN SYNDROME*

(I'M)POSSIBLE

Stefanie Dwidjaja

1054010050

ABSTRACT

Down syndrome is a condition of physical and mental retardation the development of children who caused by the developmental abnormalities of chromosome that called trisomy 21 (the excess of chromosome 21). An abnormality on a chromosome was formed due to the failure of a pair of a chromosome to mutually separated themselves when cleavage. A chromosome as the special fibers contained inside the cell of the human body that played an important role for determining the personality of person. Then a chromosomal disorder is impact on physical and mental retardation. Social campaign down syndrome (I'm)Possible is a campaign to persuade parents of the down syndrome child to better understand the condition of their children to be received what it was and give support to practice to be independent and provide the opportunity for a child down syndrome able to socialize with the community. Social campaign activity is needed because parents and society do not understand exactly how the condition of the down syndrome.

Keyword: *Social Campaign, Down Syndrome, (I'm)Possible*

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan	4
1.6 Manfaat	4
1.7 Skema Perancangan	6

BAB II STUDI EKSISTING DAN PUSTAKA

2.1 Kampanye	7
2.1.1 Tujuan Kampanye	7
2.1.2 Jenis-jenis Kampanye	8
2.1.3 Tahapan Perencanaan Kampanye	8
2.2 Desain Komunikasi Visual	14
2.2.1 Foto dan Ilustrasi	14
2.2.2 Tipografi	15
2.2.3 Warna	19
2.2.4 <i>Layout</i>	26

2.3 Psikologi Persepsi	32
2.3.1 Prinsip-Prinsip Persepsi	33
2.3.2 <i>Gestalt</i>	34
2.4 Semiotika	36
2.4.1 Sifat <i>Sign</i>	37
2.4.2 Pengertian Makna (<i>The Meaning of Meaning</i>)	38
2.4.3 <i>Signal, Sign, Symbol</i>	39
2.4.4 Empat Bentuk Bahasa Perlambangan (Figuratif) yang Umum Digunakan	39
2.5 Studi Eksisting	40
2.5.1 Organisasi Pendukung	40
2.5.1.1 Tujuan Organisasi	40
2.5.1.2 Visi	40
2.5.1.3 Misi	40
2.5.1.4 Motto	41
2.5.1.5 Logo	41
2.5.2 Studi Komparator	42

BAB III METODE PERANCANGAN

3.1 Definisi Operasional Judul	47
3.1.1 Kampanye Sosial	47
3.1.2 <i>Down Syndrome</i>	47
3.1.3 <i>(I'm)Possible</i>	47
3.2 Teknik Pengumpulan Data	47
3.2.1 Data Primer	47
3.2.2 Data Sekunder	52
3.3 Tahapan Perencanaan Kampanye	53
3.3.1 Analisis Situasi	53
3.3.1.1 Analisis TOWS Matrik	53
3.3.1.2 Analisis 5W+1H	56
3.3.2 Penetapan Tujuan	62
3.3.3 Mengenali Publik (<i>Target Audience</i>)	62

3.3.4 Menentukan Pesan	62
3.3.5 Strategi	65
3.3.5.1 Strategi Kreatif Kampanye	65
3.3.5.2 Strategi Media	65
3.3.6 Sumber Daya	70
3.3.7 Anggaran Biaya	71
3.4 Skema Pola Pikir	71

BAB IV KONSEP PERANCANGAN

4.1 Konsep Kreatif	72
4.1.1 Konsep Verbal	73
4.1.1.1 Nama Gerakan	73
4.1.1.2 <i>Tagline</i>	74
4.1.2 Konsep Visual	75
4.1.2.1 Teknik Visual	75
4.1.2.2 Warna	75
4.2 Konsep Media	75
4.2.1 Logo	75
4.2.2 <i>Typography</i>	75
4.2.3 <i>Teaser</i>	76
4.2.4 Poster	76
4.2.5 <i>Invitation card</i>	76
4.2.6 <i>Flyer</i>	76
4.2.7 <i>Banner</i>	76
4.2.8 <i>X-Banner</i>	76
4.2.9 <i>Merchandise</i>	76
4.2.10 Sertifikat	77
4.2.11 Balon	77
4.2.12 <i>Q-card</i>	77
4.2.13 <i>ID card</i>	77
4.2.14 <i>Notebook</i>	77
4.2.15 <i>Sketch book</i>	77

4.3 Konsep Kampanye Sosial	77
4.3.1 Strategi Komunikasi	78
4.3.2 Taktik	78
4.3.3 Skala waktu	79
4.3.4 Sumber Daya Manusia	81
4.3.5 Anggaran Biaya	81
4.4 <i>Layout</i> Desain	84

BAB V IMPLEMENTASI DESAIN

5.1 Logo	91
5.2 <i>Graphic Standard Manual</i>	92
5.3 <i>Teaser</i>	93
5.4 Poster	98
5.5 <i>Invitation Card</i>	98
5.6 <i>Flyer</i>	99
5.7 <i>Banner</i>	100
5.8 <i>X-Banner</i>	101
5.9 <i>Merchandise</i>	102
5.10 Sertifikat	105
5.11 Balon	106
5.12 <i>Q-Card</i>	107
5.13 <i>ID Card</i>	108
5.14 <i>Notebook</i>	109
5.15 <i>Sketch Book</i>	109
5.16 Realisasi Kampanye Sosial	110
5.17 Evaluasi	113
5.18 <i>Review</i>	113

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	114
6.2 Saran	115

KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gb 2.1 Contoh <i>type as text</i>	16
Gb 2.2 Contoh <i>type as information delivery</i>	16
Gb 2.3 Contoh <i>type as image</i>	17
Gb 2.4 Contoh jenis-jenis huruf	18
Gb 2.5 Contoh huruf berdasarkan sejarahnya	18
Gb 2.6 Logo POTADS	41
Gb 2.7 Logo Coordown	42
Gb 2.8 Cuplikan video “ <i>Dear Future Mom</i> ” (1)	43
Gb 2.9 Cuplikan video “ <i>Dear Future Mom</i> ” (2)	44
Gb 3.1 <i>Insight</i> orang tua, anak <i>Down Syndrome</i> , dan masyarakat	63
Gb 3.2 Pesan Komunikasi	64
Gb 3.3 Sumber Daya Manusia	70
Gb 3.4 Skema Pola Pikir	71
Gb 4.1 Skema Konsep Kreatif	72
Gb 4.2 Konsep Verbal Kampanye Sosial	74
Gb 4.3 Acuan Visual	85
Gb 4.4 Sketsa logo	86
Gb 4.5 Alternatif logo	86
Gb 4.6 Komparator logo	86
Gb 4.7 Alternatif <i>font</i>	87
Gb 4.8 Alternatif Poster	87
Gb 4.9 Alternatif <i>flyer</i>	88
Gb 4.10 Alternatif pin	88
Gb 4.11 Alternatif desain balon	89
Gb 4.12 Alternatif Stiker	89
Gb 4.13 Alternatif <i>invitation card</i>	90
Gb 5.1 Logo Kampanye Sosial <i>Down Syndrome (I’m)Possible</i>	91
Gb 5.2 <i>Picturemark</i>	91
Gb 5.3 <i>Letter Mark</i>	92

Gb 5.4 Sampul Depan GSM	92
Gb 5.5 <i>Screen capture</i> video kinetik <i>typography</i>	93
Gb 5.6 <i>Screen capture</i> video pertama	94
Gb 5.7 <i>Screen capture</i> video kedua	95
Gb 5.8 <i>Screen capture</i> video ketiga	96
Gb 5.9 <i>Screen capture</i> video keempat	97
Gb 5.10 Poster	98
Gb 5.11 <i>Invitation card</i>	99
Gb 5.12 <i>Flyer</i>	100
Gb 5.13 <i>Banner</i>	101
Gb 5.14 <i>X-Banner</i>	101
Gb 5.15 Gantungan Kunci 1	102
Gb 5.16 Gantungan Kunci 2	103
Gb 5.17 Gantungan Kunci 3	103
Gb 5.18 Pin	104
Gb 5.19 Stiker	104
Gb 5.20 Mug	105
Gb 5.21 Sertifikat <i>Volunteer</i>	105
Gb 5.22 Sertifikat Peserta	106
Gb 5.23 Balon	107
Gb 5.24 <i>Q-card</i>	107
Gb 5.25 <i>ID card</i> peserta	108
Gb 5.26 <i>ID card volunteer</i>	108
Gb 5.27 <i>Notebook</i>	109
Gb 5.28 <i>Sketch Book</i>	110
Gb 5.29 Sosialisasi kampanye di Taman Bungkul Surabaya	111
Gb 5.30 Sosialisasi kampanye di Atrium Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya	112
Gb 5.31 Kampanye sosial <i>Down Syndrome (I'm)Possible</i>	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Warna	20
Tabel 2.2 Arti Warna	23
Tabel 2.3 Analisis SWOT	45
Tabel 3.1 TOWS Matrik	53
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Ibu Anna	66
Tabel 3.3 Jadwal Kegiatan Vincent	68
Tabel 4.1 <i>Timeframe</i> Kegiatan Kampanye	79
Tabel 4.2 Anggaran Biaya Kampanye Sosial	82
Tabel 4.3 Evaluasi Logo	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Anak berkebutuhan khusus sering dianggap berbeda dengan anak normal, mereka dipandang tidak berdaya dan perlu dikasihani. Anak berkebutuhan khusus itu sendiri dapat diartikan sebagai anak yang mengalami gangguan fisik, mental, intelegensi, dan emosi (Kosasih, 2012:1). Dari beberapa anak yang berkebutuhan khusus dalam usia sekolah, masih sangat sedikit yang dapat menikmati pendidikan formal. Data Biro Pusat Statistik pada tahun 2007 dalam Kosasih (2012:iii) mengatakan bahwa dari perkiraan 1,5 juta anak berkebutuhan khusus di Indonesia, hanya 66.000 anak atau di bawah lima persen yang telah mendapatkan pendidikan formal. Salah satu anak yang tergolong dalam jenis anak berkebutuhan khusus adalah *Down Syndrome*. Selain dianggap berbeda dari anak normal lainnya, mereka sering mendapatkan perlakuan diskriminatif dalam interaksi sosial dengan masyarakat sekitar.

Memiliki anak-anak normal dari sebuah pernikahan merupakan mimpi setiap orang tua. Akan tetapi ada beberapa anak yang terlahir dalam keadaan berkebutuhan khusus, misalnya *Down Syndrome*. Kondisi yang berbeda dengan anak pada umumnya sering kali membuat orang tua minder, seharusnya para orang tua tak perlu khawatir dan malu, lalu membatasi sosialisasi bahkan menjauhkan dari lingkungan sekitar. Padahal, mengajak mereka bersosialisasi bisa menjadi bekal penting bagi anak untuk beradaptasi (Bir, 2014:34). Dengan memberikan kebebasan kepada anak untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan lingkungannya dapat membantu pertumbuhan dan perkembangan diri anak *Down Syndrome*. Namun hal yang penting dan perlu diperhatikan bagi orang tua adalah dapat menerima anak *Down Syndrome* apa adanya, karena perhatian dan cinta orang tua sangat mempengaruhi kondisi fisik dan psikis anak.

Down Syndrome sendiri merupakan kelainan kromosom yang dapat dikenal dengan melihat manifestasi klinis yang cukup khas. Kelainan tersebut berdampak pada keterbelakangan fisik dan mental. Temuan tersebut pertama kali dikenal

pada tahun 1866 oleh Dr. John Longdon Down (Kosasih, 2012). Gangguan kromosom yang tersering dalam kelahiran hidup, yaitu 1 dari 800 kelahiran hidup. *Down Syndrome* terjadi pada 1 dari 1350 bayi yang lahir dari ibu yang berusia kurang dari 24 tahun, dan 1 dari 65 bayi yang lahir dari ibu berusia 41-45 tahun. Gambaran klinis dari anak *Down Syndrome* antara lain tingkat retardasi mental yang bervariasi, mata sipit kearah atas, tangan pendek, letak telinga yang rendah, tubuh pendek, lidah menonjol (Corwin, 2009:61). Ada diantara mereka yang mengalami kerusakan hati dan mata, masalah ketahanan badan yang menyebabkan mereka mudah mendapat penyakit lain. Masalah fisik yang mereka alami menyebabkan peluang untuk hidup lama adalah tipis antara 15-30 tahun (Ahmad, 2006:57).

Perbedaan secara fisik yang menonjol sering kali membuat masyarakat memandang sebelah mata dan mendiskriminasi anak *Down Syndrome* sebagai anak yang tidak dapat melakukan hal-hal yang dapat dilakukan anak-anak pada umumnya. Hal tersebut seringkali menjadi bahan perbincangan yang kurang menyenangkan di masyarakat, sehingga beberapa orang tua dari anak *Down Syndrome* merasa malu dan minder untuk membawa anak-anaknya keluar rumah dan seringkali menyembunyikan anaknya dengan membatasi sosialisasi anaknya dengan lingkungan sekitar, bahkan tidak bisa memberikan *support* anaknya untuk menggali potensi dan mengembangkan bakat. Di samping itu, karakter anak *Down Syndrome* cenderung mengikuti apa yang diajarkan oleh lingkungannya, oleh karena itu peran orang tua sangat penting dalam mendidik anak *Down Syndrome*.

Dari permasalahan tersebut, untuk mengubah paradigma orang tua dan masyarakat mengenai anak *Down Syndrome* dapat dilakukan dengan bantuan kampanye sosial yang mengajak orang tua untuk dapat menerima kondisi anak berkebutuhan khusus. Banyak sekali kasus dimana orang tua belum dapat menerima kondisi anak *Down Syndrome*. Salah satu contohnya adalah orang tua merasa malu dan minder dengan keadaan anak sehingga membatasi pergaulan anak, serta kurang memperhatikan kesehatan fisik dan psikis anak *Down Syndrome*.

Oleh karena itu diperlukan kampanye sosial demi meningkatkan kesadaran orang tua untuk dapat menerima kondisi anak *Down Syndrome* apa adanya sesuai

dengan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, selain itu juga dapat menumbuhkan rasa kepedulian di masyarakat. Orang tua juga tidak perlu malu untuk memberikan dukungan serta membantu mengembangkan minat dan bakat anak *Down Syndrome*. Salah satu bentuk dukungan dan kasih sayang orang tua terhadap anak *Down Syndrome* bukanlah dengan cara mengekang mereka di dalam rumah ataupun dengan cara memanjakan mereka, tetapi dengan cara memberikan mereka kesempatan untuk dapat bersosialisasi dengan masyarakat luar serta dengan anak *Down Syndrome* yang lain, dengan cara tersebut diharapkan anak *Down Syndrome* dapat berkembang menjadi anak yang mandiri bahkan berprestasi, sehingga masyarakat yang melihat dapat lebih mengenal, mahami, dan lebih peduli dengan perkembangan anak *Down Syndrome*.

1.2. Identifikasi Masalah

- ✓ Orang tua merasa minder dan tidak dapat menerima kondisi anak *Down Syndrome*
- ✓ Banyak orang tua yang menyembunyikan anaknya di rumah dan membatasi sosialisasi anaknya dengan lingkungan
- ✓ Minimnya informasi dan lembaga sosial yang aktif membantu orang tua dalam perkembangan anak *Down Syndrome*.
- ✓ Kurangnya dukungan dan fasilitas dari orang-orang terdekat khususnya orang tua dalam membantu membimbing anak *Down Syndrome*.
- ✓ Anak *Down Syndrome* cenderung mengikuti apa yang diajarkan oleh lingkungannya

1.3. Batasan Masalah

Batasan yang akan dilakukan untuk membuat kampanye sosial agar orang tua dapat menerima kondisi anak *Down Syndrome* sebagai anak yang dapat tumbuh dan berkembang menjadi anak yang mandiri bahkan berprestasi. Untuk mendukung kampanye sosial tersebut tersebut dibutuhkan media pendukung serta aktivasi kampanye sosial.

1.4. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kampanye sosial dalam membantu peran orang tua dalam memberikan dukungan dan kesempatan bagi anak *Down Syndrome* untuk berkembang dan bersosialisasi?

1.5. Tujuan

- 1) Meningkatkan kesadaran orang tua untuk dapat menerima kondisi anak *Down Syndrome* dan memperhatikan tentang pentingnya dukungan bagi anak *Down Syndrome*
- 2) Memberikan ruang untuk anak *Down Syndrome* agar dapat bersosialisasi dengan masyarakat
- 3) Memberikan ruang dan kesempatan bagi anak *Down Syndrome* untuk dapat berlatih dan mengembangkan bakat dan minatnya
- 4) Meningkatkan rasa percaya diri pada orang tua dan anak *Down Syndrome*

1.6. Manfaat

- ✓ Bagi LSM Terkait

Sebagai sarana untuk berbagi dan berpartisipasi dalam mengadakan acara yang sejalan dengan visi-misi mereka, yakni membantu dan menyediakan sarana bagi para orang tua anak *Down Syndrome* untuk mengembangkan bakat dan minat anak-anak *Down Syndrome*.

- ✓ Bagi Orang Tua

Dapat lebih percaya diri serta sebagai sarana dalam memberikan dukungan dan kesempatan bagi anak *Down Syndrome* untuk bersosialisasi dan mengembangkan bakat dan minatnya.

- ✓ Bagi anak *Down Syndrome*

Sabagai sarana untuk bersosialisasi dan sebagai motivasi di dalam diri anak *Down Syndrome* agar lebih berani dan percaya diri dalam mengembangkan bakat dan minatnya, sehingga dapat hidup mandiri bahkan berprestasi.

- ✓ Bagi Instansi Pendidikan

Menambah khazanah ilmu pendidikan untuk lebih mengenal dan memahami mengenai anak *Down Syndrome*

✓ Bagi Desainer Grafis

Sebagai bahan referensi dalam mengaplikasikan ilmu desain ke dalam kehidupan sosial

✓ Bagi Masyarakat

Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengenal, memahami dan lebih peduli terhadap anak *Down Syndrome*